

# **ÚJ VÉDŐHÁLÓ A FOGYASZTÓKNAK – NEMZETKÖZI FOGYASZTÓVÉDELEM A MUTATÓSZÁMOK TÜKRÉBEN**

**Simon Gábor, főiskolai adjunktus**  
**Szegedi Tudományegyetem – Szegedi Élelmiszeripari Főiskolai Kar**  
**Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet**

## **SUMMARY**

Convergency is the common condition of the prevalence in a real, single internal market in every economic integration and member state. The fact is also true for the european integration. There are such simplified, globally applied pure indices, which are able to reflect a phase, extent and an efficiency rate of convergency, i.e. the preparedness and performance of a certain member state can continuously be compared through them (e.g. indicators of the Maastricht convergency criteria ) Opposed to them there are several regulation areas which require a high scale of harmonization and approximation of law however it is still impossible to determine which phase convergency exactly is in, what stage approximation of law is in, how effectively implementation will meet expected regulation levels. The real rate of consumer protection is of such nature. That is the reason why a proposal is made on the release of missing consumer protection index numbers which are characteristic of single nations, and can similarly be revealed and summoned from data.

Minden gazdasági integrációban, így az európai integrációban is a konvergencia a valóságos egységes belső piac kialakulásának és a fogyasztói jogok tagállamonkénti egységes („tökéletesen” azonos) érvényesülésének feltétele. A legtöbb gazdasági-, szabályozási ágban léteznek is olyan leegyszerűsített, globálisan alkalmazott tiszta mutatók, melyek képesek kifejezni a konvergencia fázisát, mértékét, határfokát, azaz képesek pontos és folyamatos összehasonlítást nyújtani az egyes tagállamok felkészültségéről, teljesítményéről (pl. maastrichti konvergenciakritériumok mutatói). Ezzel szemben számos olyan szabályozási terület létezik, amelyen követelmény a magas fokú harmonizáció, a jogközelítés tökéletesítése, mégsem állapítható meg objektív módon, hogy pontosan mely fázisában tart a konvergencia, milyen mértékű a jogközelítés, az elvárt szabályozási szint implementációjának határfoka. Ilyen a fogyasztók valóságos védettségének foka, azaz a fogyasztóvédelem területe is. Ezért teszek javaslatot a most induló kutatásban olyan fogyasztóvédelmi mutatószámok

hiányának a feloldására, amelyek az egyes nemzetekre jellemző, azonos módon feltárható és összesíthető adatokból származtathatók.

### **A fogyasztóvédelmi mutatószámok nemzetközi alkalmazási lehetőségei**

Az Európai Unió polgárai a fogyasztóvédelmi-, termékfelelősségi jogharmonizációs törekvéseknek köszönhetően szinte azonos jogokkal, jogérvényesítési lehetőségekkel rendelkeznek minden tagországban. Kérdésként vethető fel azonban, hogy: e jogszabályok, alapjogok és lehetőségek implementációs hatásfokában, gyakorlati alkalmazásában, megvalósulásában is ugyanezt az egységes képet látjuk-e kibontakozni és milyen látható jelekre vagy mérhető adatokra alapozzuk feltételezésünket?

Véleményem szerint az „egységes európai piacon” a konvergencia e szabályozási területen is olyan szintet ért el napjainkra, ahol már nem lehet tovább nélkülözni egy átfogó, minden szabályozási ágra kiterjedő fogyasztóvédelmi indexképző módszert, a további egységesülés töretlen lendülete érdekében. A mutatószámok azért válhatnak e folyamat támogató eszközévé, mert csak ezekkel leszünk képesek a még fennálló különbségeket (az eddigieknél precízebb viszonyítási alapként, hivatkozási pontként) érzékeltetni és összehasonlításra alkalmassá tenni.

Az egyes EU tagállamokban még létező eltérő szabályokat közelíteni kell az Unión belüli általános és egységes fogyasztóvédelmi szabályozáshoz és gyakorlathoz. A minimális harmonizációs szintről a "teljes harmonizáció" felé történő elmozdulás hatásfoka csak a tagországonkénti implementációs teljesítményszint mérhetőségével és ezáltal összevethetőségével értelmezhető. Célom tehát e harmonizációs mérték- és irány-, azaz a tendenciaváltozások kifejezhetősége az egyes nemzetekre jellemző adatokból származtatható mutatószámokkal.

Ahhoz, hogy az EU fogyasztói kellő bizalommal vásároljanak más tagországokban (kihasználva a belső piac előnyeit), biztosítékokra van szükségük.

A fogyasztóknak a gyakorlatban is egyforma védelmet kell élvezniük az EU egész területén, és az üzleti vállalkozások szintén érdekeltek az egységes szabályozásban. A végrehajtási együttműködésnek ugyanakkor jogi és gyakorlati akadályai vannak, amelyeket le kell bontani. (Miközben európai szinten létezik koordináció, a jogszabályok betartásának felügyelete elsősorban továbbra is nemzeti, regionális vagy helyi kompetencia.) A kereskedelmi gyakorlat és termékbiztonság szabályainak betartásáért felelős hatóságok közötti együttműködés a belső piac működésének egyik kulcsfontosságú tényezője. Az egységes működést segíti az IMSN

(International Marketing Supervision Network), amelynek feladata a határokon átnyúló kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos információ megosztása, valamint a tagállami végrehajtó szervek közötti nemzetközi együttműködés elősegítése. A kooperáció segítségével létrehozták a szervezet európai csoportját, az IMSN-Europe-ot. Az együttműködést segíti a tisztességtelen szerződéses feltételekkel kapcsolatos adatbázis is. Az áruk és szolgáltatások biztonságosságával kapcsolatban pedig a RAPEX gyorsértesítési rendszer keretén belül folyik az adatok gyűjtése, értékelése és cseréje.

Mindezeket a vívmányokat tovább erősítő hatást gyakorolna, ha a fogyasztók egy komplex mutatóban is kifejezve (és ezáltal összevethetően más nemzetekkel, régiókkal) ismerhetnék meg védettségük szintjét, kockázatviselésük fokát. Ezért sorolom kutatási céljaimhoz, hogy a mutatószámrendszer e fenti összevethetőségre alkalmas legyen.

### **A mutatószámok szerepe a vállalkozások etikai teljesítményének mérhetőségében**

A stratégiai-menedzsment értelmezésében a vállalkozások etikai szemlélete (mely integrálja a fogyasztóvédelmi kötelezettségeket is), lényegében négy fejlődési szakasszal írható le:

1. Társadalmi kötelesség – a mindenkori jogi kereteken belül működni (pl. a fogyasztóvédelmi-, termékfelelősségi szabályok betartásával)
2. Társadalmi igénykielégítő és megújuló képesség – a fogyasztói társadalom szükségleteit, igényeit kutatva, szolgálva fennmaradni és növekedni a versenyszabályozás mindenkori jogi keretein belül. A versenyelőnyök megszerzésének és fenntartásának legfőbb eszköze a folytonos megújulás, az innováció, melyben a termék, a technológia és a szervezet megújulása egymással összefonódik, feltételezi egymást és összességében mindhárom szolgálja a fogyasztók érdekeit is. (Az innovációt ösztönző „iparjogvédelmi- és védjegyjogi fogyasztóvédelmet”, valamint a piaci verseny tisztaságát és tisztességét garantáló versenyszabályozáshoz kapcsolódó „versenyjogi fogyasztóvédelmet” a kutatásban kiemelten kezelem.)
3. Társadalmi felelősség – a mindenkori jogi kereteken belül maradv a társadalmi (nem csak az egyéni fogyasztói) elvárásokat is mérlegelni, figyelembe venni.
4. Társadalmi elkötelezettség – megfelelni egyrészt a társadalmi elvárásoknak, másrészt a jogi követelményeknek és egyúttal törekedni a társadalmat előre mozdító elvek, eszközök alkalmazására.

A vállalati szférában a spektrum egyik szélén a felelősségnek valamiféle társadalmi kötelezettségként való felfogása áll, amelyet kizárólag a törvények szabályoznak. Majd onnan eljut két olyan közegbe, amelyet az adott társadalom elfogadott normái, értékei és jogilag nem szankcionált elvárásai szabályoznak. Végül a spektrum másik szélén olyan vállalati viselkedés található, amely átlépi a létező etikai kívánalmakat és egy elvárható, vonzó jövőbeni állapot szempontjából mérlegeli döntéseit, megelőlegezi az etikai szabályozás alakulását.

Mindemellett viszont tudjuk-e pontosan, hogy hol húzódnak ezek a fejlődési szakaszhatárok? Ha nem mérhető az egyes szakaszokban elért eredmény, akkor mérőföldköveket, szintáttörési pontokat sem lehet hozzájuk rendelni, tehát mutatószámrendszer alkalmazása nélkül nincs valós információtartalma a vállalati-, ágazati- vagy makroszintű etikai teljesítménynek. Hitelt érdemlő hivatkozási pontok nem képezhetők, nem kezelhetők, így az eredmények egy összehasonlító elemzésben nem szolgálnak az elvárható tájékoztatási képességgel.

E fenti modell csupán szemléltetőeszköz, amely arra mutat rá, hogy ezeknek a szinteknek a fordulópontjait, az etikai szemlélet és magatartás evolúciós szakaszhatárait mérőrendszer nélkül egy-egy vállalat esetében is nehéz pontosan definiálni, de még nehezebb makroszinten értelmezni és meghatározni. Márpedig e szakaszhatárok ismerete és a felkészültség mérhetősége az egyes fázisokon belül vitathatatlanul létező igény összesített nemzeti értelmezésben is. A modellben használt fogalmak érvényessége makroszintre is kiterjeszthető. A kutatásaim alapját jelentő fogyasztóvédelmi mutatószámrendszerrel tehát megvalósítható a mérhetőség (e felkészültségi fázisokon belül) és az összehasonlítás akár nemzetközi viszonylatban is. [Kitűnően illusztrálja az EU szabályozás alapján hozott 151/2003. (IX. 22.) Kormányrendelet hatása a vállalkozói etikai teljesítmény mérhetőségének szükségességét. E kormányrendelet a termékbiztonsági, termékfelelősségi, minőségvédelmi (jótállási) szabályozást liberalizálja a korábbiakhoz képest úgy, hogy lehetőséget teremt a kereskedők számára az időhúzásra a jótállásban, ami a fogyasztókat ellehetetleníti a jogérvényesítésben. Ugyanis egyrészt a korábbi 30 napos jótállási kötelezettséget felváltja az a megengedő elv, hogy: „törekedni kell arra, hogy a fogyasztó jótállási igényét kielégítse”.

Másrészt nem tisztázott pontosan, hogy milyen esetekben jogosult a fogyasztó javításra, cserére, pénze visszafizetésére, árleszállításra, illetve elállásra a szerződéstől. Ez utóbbi a forgalmazó döntési jogkörében marad mindaddig, amíg egy bírósági döntés nem születik a fogyasztó javára. (Ami, mint ismeretes a fogyasztó számára pénzben és időben általában nem jelent megtérülést, különösen a szóban forgó termékek értékének figyelembe vételével. Mindez termékbiztonsági, termékfelelősségi, minőségvédelmi réseket eredményez, melyeknek csak utólagos, költséges kezelhetőségére van mód, a megelőzésben pedig

hiányosságot jelent, hisz a nyugat-európai kereskedői szemlélettel szemben Magyarországon a kereskedők még nem érettek az alkalmazására. Etikai teljesítményük mérhetőségével pontosan megállapítható a különbség, amely nyilvánosságra hozva, a fogyasztói döntésekben érvényesülve, elrettentő erőt jelenthet a forgalmazók számára a visszaélésektől.]

## **Összevethetőség más fogyasztói indexekkel, más tudományágak eredményeivel**

A fogyasztói kutatások szerteágazó rendszere számos vállalati, intézményi, statisztikai célkitűzést szolgál, eredményeit több tudományterület információs bázisként használja fel. E kutatási eredmények csak akkor vethetők össze egymással torzítás nélkül, ha értelmezhető, kezelhető és pontos mutatószámokkal is kifejezhetők.

Folyamatos figyelemmel és méréssel kísért fogyasztói kutatási terepek például: a fogyasztói motiváció-, attitűd-, szükségleti-, igény-, keresleti-, fogyasztói magatartás-, fogyasztói hasznosság- és érték-, innovációelfogadási-, fogyasztói elégedettségi-, fogyasztói lojalitás-, fogyasztói márkahűség-, eladói-, fogyasztói várakozás-, árelfogadási-, médiaválasztási-, médiahasználati kutatások, valamint fogyasztói kockázatok és kockázatkezelési módok, életmód kutatások stb.

Ismertebb, rendszeresen publikált fogyasztói mutatók, indexek (a végső fogyasztásra, felhasználásra vonatkozó kutatásokon belül az egy főre jutó fogyasztási indexek és a háztartások fogyasztási mutatói): Fogyasztói Bizalom Index (negyedéves megkérdezések eredménye, szintén egy összetett mutatószám), Fogyasztói Várakozások Index, fogyasztói értékindex, fogyasztói árindexek, vásárlási hajlandóság mutatói, egy főre jutó átlagos vásárlóerő-index (→ inkább nemzetközi (regionális) összehasonlító, versenyképességi, kereskedelmi mutató → vásárlóerő-paritás → jólét kifejezésére alkalmasabb), vásárlói hatókör → penetráció (→ a piaci pozíció fontos mutatója → egy-egy termékcsoportot a háztartások hány százaléka vásárolta legalább egyszer az év folyamán), fogyasztói ellátottság, vásárlási gyakoriság, vásárlási intenzitás, márkaváltási arány, újravásárlási arány, fogyasztói árelfogadási küszöb – árkorlátok, árérzékenység, fogyasztói elégedettségi mutatók (az elégedettség forrásai), vagy akár az élelmiszerfogyasztásban az átlagos napi energiabevétel nagysága és megoszlása, a kereslet-jövedelem elaszticitása, a kereslet árugalmasságának egyíthetősége, az árflexibilitás stb.

E mutatók és a felhasználásukkal készített elemzések egymással és más gazdasági, üzleti mutatókkal, elemzésekkel is összevethetők, információtartalmuk meghatározó lehet a közöttük fennálló és feltárható összefüggésekben is.

Azonban hiányzik a felsorolásból a fogyasztóvédelmi terület mutatószámrendszere, s így kompatibilitása sem biztosított a többi fogyasztói kutatási területtel.

Létrehozásával a fogyasztóvédelmi vizsgálatok eredményei bevezetésre kerülhetnek más fogyasztói kutatások összehasonlító, támogató elemzéseibe [\*], valamint egyszerűbbé, áttekinthetőbbé válhat felhasználásuk a különböző tudományterületek számára is, mint például: társadalomtudományok (jogtudományban → jogalkotást és jogalkalmazást is előmozdítani képes, demográfia-statisztika, közgazdaságtudomány, szociológia), vagy természettudományok (földtudomány-gazdaságföldrajz, regionális tudományágak, matematika-statisztika stb.)

A mutatók felhasználási köre –a „fogyasztók védelmét” szorosabban érintő– más „döntéshozatali” területekkel is integrálható a közöttük fennálló tartalmi átfedés miatt.

Melyek például: a környezeti menedzsment, minőségmenedzsment, egészségvédelem – élelmiszerbiztonság, munkavállalói elégedettség- és munkavállalói lojalitásra ható döntési rendszerek és a marketing menedzsment, marketing kommunikáció, nemzetközi marketing területei.

Hisz bizonyos súlypontjaik egyaránt fogyasztóvédelmi kérdésként merülnek fel, ami gondolkodásmódjukban, módszertani bázisukban is megmutatkozik.

### **A fogyasztóvédelmi mutatószámok alkalmazásának további előnyei, különösen a határ menti együttműködésekben**

A nemzeti fogyasztóvédelmi és termékfelelősségi szabályozásokban alkalmazott mutatószámok hatása két dimenzióban is jelentkezhet.

---

[\*] Amennyiben a fogyasztók egy komplex mutatóban is kifejezve (és ezáltal összevethetően más nemzetekkel, régiókkal) ismerhetik meg védettségük szintjét, kockázatviselésük fokát, akkor ez a legegyszerűbb közvetlen összefüggésben is korrigálhatja, módosíthatja a fenti felsorolásban említett mutatók többségét, melyekre vonatkozó hatása kedvező és kedvezőtlen is lehet. Sőt, a Fogyasztói Bizalom Index (melynek egyik összetevője a „tartós fogyasztási cikkek vásárlási kondícióinak megítélése”, mely kapcsolódhat az éppen aktuális fogyasztóvédelmi követelményekhez és garanciákhoz) esetében például tovább „görgethető” hatással is számolhatunk, mert a Fogyasztói Bizalom Index (az Üzleti Bizalmi Index mellett) alkotóeleme az (összetett) Konjunktúra Indexnek.

Egyrésről a vállalkozásokra ható befolyásában. A szabályozásnak való megfelelés mérhetősége a vállalkozások működésében hajtóerőt nyújthat a gyengébb teljesítményt mutató vállalkozások felzárkózásához. Másrésről, ami a nemzetközi dimenziót illeti, a szabályozási eltérések mérhetősége hajtóerőt jelenthet a regionális fejlődésben, felzárkózásban.

Az „egységes” gazdasági tér korlátlan terjedését az Európai Unióban is hosszú ideig országhatárok akadályozták, töredezett, helyenként protekcionizmussal terhelt belső piaci struktúrát eredményezve, ami az Európai Unión kívül az együttműködést akadályozó hatásként még fokozottabban érvényesült. A gátakat a határ menti együttműködésben, a határok feloldódása sem szüntette meg teljes mértékben, továbbra is akadályok észlelhetők a határon átvágó kapcsolatokban, a szabad verseny és kereskedelem útjában, még az „Egységes” Belső Piacon is.

Mindezek alapján két nézőpontból közelíteném a célkitűzéseket és várható eredményeket, hiszen egyrészt a határok szerepe a határ menti együttműködésekben az „Egységes” Belső Piacon képződött belső nyitott határokként értelmezhetők, amelyek sajnos továbbra is fennmaradó korlátokat, gátakat azaz egyes területeken szabályozási, implementációs „határokat” jelentenek, másrészt értelmezhetők az EU külső, –a szabályozást és annak gyakorlatba való átültetését illetően is– megerősödő határaiként is.

Ily módon a határ menti kereskedelem és végső felhasználásra, nem üzleti célból történő vásárlások színtere szintén e fenti két nézőpontból közelíthető. Két tagország üzleti vállalkozásainak és fogyasztóinak viszonylatában és az EU-val határos külső országok és az EU tagországok közötti viszonylatban. Ami a fogyasztóvédelmi szabályozások területi hatályát illetően lényeges megkülönböztetés.

Az Egységes Belső Piac alapjait jelentő „négy szabadság” elve is végső soron a fogyasztók védelmét és jólétét szolgálja, hiszen a vállalkozások szabad mozgását biztosítva, élénkíti a piaci versenyt, amely által az integráció elméletnek megfelelően fokozódik a gazdasági működés hatékonysága, melynek kedvező hatásait a fogyasztó érzékeli.

Figyelemre méltó ellentmondás –a fogyasztóvédelem aspektusából–, hogy az egyes árucikkek összetételét, jellemzőit szabályozó speciális nemzeti előírások fenntartását meg kell szüntetni (még akkor is, ha feltételezzük, hogy létük a fogyasztók érdekét, védelmét szolgálják), hiszen a szabad kereskedelem, a szabad verseny kibontakozását korlátozzák, mert a hazai termelőket

előnytelen helyzetbe hozzák a többi tagállam termelőivel szemben, mivel a többi tagállam termelőitől nem követelhető meg ugyanazon előírások betartása.

A hasonló jellegű szabályozási ellentmondások feloldásánál célszerűen és okkal merülhetne fel a kérdés a nemzeti- és európai szabványügyi hatóságok között, hogy melyik törekvési (szabályozási) irány szolgálja jobban a fogyasztók hosszú távú és magasabb szintű védeltségét, mérsékeltebb kockázatviselését.

Amennyiben az eurorégiók –mint az európai egységesülési folyamatok kiteljesedését gyorsító, határ menti térségek kohézióját elősegítő, legszélesebb hatáskörű szervezetek– fő célja, hogy elismerjék őket olyan nemzetközi érdekérvényesítő egységként, amely az adott régió gazdasági, szociális, kulturális és egyéb problémáit enyhíti, kezükben is nagyon hatékony segédeszközzé válhat a fogyasztói hátrányok szemléltetésében, a fogyasztói érdekérvényesítésben az objektív összehasonlítást segítő, standard elemekből összeállítható, könnyen áttekinthető és folytonos rendelkezésre állást biztosító fogyasztóvédelmi mutatószámrendszer!

Még ha nem is élveznek „tökéletesen” azonos fogyasztóvédelmi jogokat egy adott (tag)ország fogyasztói a másik (tag)országban vásárolt termékekre, szolgáltatásokra nézve, már az ebből fakadó bizonytalanság, bizalmatlanság is kiküszöbölhető a mutatószámokkal. Hiszen összehasonlíthatóvá, átláthatóvá teszi a fogyasztók kockázatviselési fokát, védeltségi szintjét az egyes (tag)országokban.

### **A fogyasztóvédelmi mutatószámrendszer létrehozásának és alkalmazásának módszertani alapja**

A Komplex Fogyasztóvédelmi Index létrehozását az alábbi 8 kiemelten fontos szabályozási és jogérvényesítési terület vizsgálatával, mérésével és összesítésével javaslom:

1. Fogyasztói alapjogok érvényesülése, a fogyasztói jogokat szolgáló intézményrendszer, piacfelügyeleti és szankcionálási rendszer működése
2. Termékbiztonság, termékfelelősség, minőségvédelem.
3. Versenyjogi fogyasztóvédelem.
4. Iparjogvédelmi fogyasztóvédelem.
5. Védjegyjogi fogyasztóvédelem, márkavédelem.
6. Reklámjogi fogyasztóvédelem.



7. Fogyasztók tájékoztatása, címkézés, csomagolás.
8. Fogyasztói szerződések szabályozása, szerződési feltételek.

E fenti szabályozási és jogérvényesítési területeken kifejezhető teljesítmény 1 és 1000 közötti pontozását javaslom, valamint az egyes területek teljesítményének súlyozását, figyelembe véve, hogy az adott időszakban melyek a kiemelten fontos, növekvő fontosságú és nem változó fontosságú területek [\*\*]. Amennyiben például az EU tagországaiban egy aktuálisan magas közösségi prioritású fogyasztóvédelmi területen alacsony teljesítmény mérhető, e terület elsőbbséget élvezhet a felzárkózásban, függetlenül attól, hogy a többi komponens vagy a tagországi komplex index egyébként mit mutat.

Az egyes vizsgálati területek teljesítményének mérésében (azaz a 8 komponens értékének számításában), –az objektivitás, összehasonlíthatóság, standardizálhatóság, áttekinthetőség és naprakészség megőrzése végett– célszerű szintén a pontozás és súlyozás módszerét alkalmazni. Ezt az egyes komponensek sajátosságainak megfelelően, azonban pl. a nemzetközi összehasonlításban, országonként egységesen elnevezett, egységes elemszámú alkomponens figyelembe vételével kell megoldani.

Kiemelve példaként a reklámjogi- vagy az iparjogvédelmi fogyasztóvédelem területét, az alábbi alkomponensek mérhetősége biztosíthatja az összesített mutatók objektív számítását.

A reklámjogi fogyasztóvédelmi indexképzésben például: az összes szabályosan közzé tett reklámmennyiség és a megtévesztő-, tudatosan nem észlelhető-, burkolt-, szabálytalan összehasonlító reklámok aránya / az összes reklámjogi fogyasztói panasz és a jogosnak ítélt panaszok aránya / a szabálytalan reklámok által okozott összes kár és a kifizetett kártérítések (bírságok) aránya / a hatóságok által észlelt megtévesztések és a fogyasztók által észlelt megtévesztések aránya (mértéke) stb.

---

[\*\* Az EU közép- és hosszabb távú fogyasztóvédelmi programjaiban például tervezési ciklusonként más-más preferencia sorrend válik érvényessé, más-más prioritások aktualizálódnak. Ez részben az integráció mélyítési és bővítési folyamataival, részben az új ágazatok, új piaci struktúrák és mechanizmusok, új kereskedelmi formák, új fogyasztói szokások és ezekkel együtt új fogyasztóvédelmi kihívások kialakulásával magyarázható. Napjaink válasza váró kihívásai többek között a génmódosított élelmiszerek, élelmiszeradalékok, szabályozási-, intézményi- és jogérvényesítési egységesítés az EU Egységes Belső Piacának kiteljesedése érdekében, a fogyasztóvédelmi politika érvényesítése más közösségi politikák alapelveiben és gyakorlatában, fokozott fogyasztói védelem a pénzügyi szolgáltatások piacán, az elektronikus kereskedelemben, az online marketingben, a szolgáltatók általános szerződési feltételeiben, a távollévők között létrejött szerződések szabályozásában stb.]

Az iparjogvédelmi- / védjegyjogi fogyasztóvédelmi indexképzésben például: szabadalmak, használati mintaoltalmak, ipari mintaoltalmak, védjegyoltalmak, földrajzi árujelző oltalmak száma (csak azok, melyek a feltaláló mellett a fogyasztók érdekeit is szolgálják!). Az összes oltalmi bejelentés és a gyakorlatban a fogyasztókat szolgáló szabadalmak, innovatív megoldások aránya / összes találmány és a fogyasztók által megismert, felhasznált találmányok aránya / összes találmány bejelentés és az oltalmi kritériumoknak megfelelő, elfogadott találmányok aránya / összes találmány bejelentés és a fogyasztói érdekek védelme, fogyasztók egészsége, biztonsága, környezetük védelme, termékek minőségi paramétereinek javítása céljából bejelentett találmányok aránya / találmányhibából, termékhibából eredő károk mértéke, balesetek száma stb.]

E fenti alkomponensek számszerű összevethetőségén túl, a 8 szabályozási területen mutatkozó egyéb hiányosságok, jogértvényesítési elégtelenségek, vagy joghézagok is –egységes pontértékben kifejezve– a maximális 1000 pontból levonásra kerülnek.

Természetesen egy nemzetközi összehasonlításban szereplő mutatókat az egyes (tag)országokra jellemző specifikumok és átmeneti engedmények szerint célszerű korrigálni!

A fogyasztóvédelmi harmonizáció mértékét és irányát, azaz a tendenciaváltozásokat kifejező mutatószámrendszer hozzájárulhat a Lisszaboni Stratégiában kiemelt jelentőségű „better regulation” eredményességéhez is. További kutatásaim ezért elsősorban a fogyasztóvédelem teljes harmonizációjának lehetőségeire és ebben a mutatószámok hasznosulására irányulnak, valamint ezek szerepére az Egységes Belső Piac tökéletesítésében, mely a Lisszaboni stratégiai célok egyik mérföldköve. Ugyanakkor e célok elérését összhangba kell állítani az egyre erősödő szubszidiaritás elvével, amely bizonyos értelemben gátja lehet az egységes mérhetőségnek és e jogterület teljes harmonizációjának, hiszen a fogyasztóvédelmi szabályozás az Európai Alkotmányos Szerződésben a „megosztott hatáskörök” alatt foglal helyet. Ennek megfelelően a tagállamok központi, regionális vagy helyi szintjén kell eleget tenni a fenti kihívásoknak, de a szubszidiaritás elve magában foglalja azt a kiegészítést is, miszerint az intézkedések terjedelme vagy hatása miatt bizonyos feladatok az Unió szintjén jobban megvalósíthatók. Véleményem szerint e körbe tartozik a fogyasztók egységes védelmének, a kockázatviselésük egységes mértékének biztosítása.

A mérhetőség kedvezően járulhat hozzá az ún. „elővigyázatossági-elv” érvényesítéséhez is számos területen.

Végül fontos megemlíteni, hogy a fogyasztóvédelmi indexek létrehozása és alkalmazása hatékonyan szolgálhatja az Európai Szabványosítási Bizottság (CEN) munkáját, valamint az EU 2007-2013 közötti fogyasztóvédelmi programjának célkitűzéseit.